



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 13 maggio 2011

**CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP SPA
IL CDA APPROVA IL RESOCONTO SULLA GESTIONE DEL PRIMO TRIMESTRE 2011 CONSOLIDATO**

- ***Il fatturato consolidato cresce a 39,3 milioni di Euro, grazie al contributo di Well***
- ***Utile netto pari a 1,7 milioni di Euro***

Il Consiglio di Amministrazione di CSP International Fashion Group S.p.A., società quotata alla Borsa Italiana, produttrice di calze, collant, intimo, costumi da bagno, maglieria e articoli moda, con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel, Le Bourget, Liberti e Well, e distributrice delle calze sportive a marchio Puma, ha approvato in data odierna il Resoconto sulla gestione del primo trimestre 2011 consolidato.

1. Risultati salienti

I presenti risultati sono sensibilmente influenzati in termini positivi dall'inserimento nel perimetro di consolidamento del Gruppo Well, acquisito alla fine del mese di ottobre 2010. Nei paragrafi che seguono, al fine di rendere più omogeneo il confronto con il 2010, analizzeremo anche l'andamento dei principali indicatori del primo trimestre 2011 ottenuti a parità di perimetro di consolidamento, ovvero senza il contributo di Well.

Riportiamo i dati di sintesi del primo trimestre 2011, confrontati con il pari periodo dell'anno precedente, espressi in valore assoluto e in variazione percentuale sul fatturato:

- il fatturato consolidato è stato pari a 39,3 milioni di Euro (25,7 milioni a parità di perimetro di consolidamento). Si confronta con 26,3 milioni di Euro. L'incremento è pari al 49,3% (-2,5% a parità di perimetro);
- il margine industriale è pari a 17,6 milioni di Euro (11 milioni a parità di perimetro). Si confronta con 11,4 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 43,4% al 44,8% (43,0% a parità di perimetro);
- l'EBITDA (risultato prima di oneri finanziari, imposte e ammortamenti) è pari a 3,8 milioni di Euro (2,1 milioni a parità di perimetro). Si confronta con 1,7 milioni di Euro. L'incidenza percentuale passa dal 6,5% al 9,6% del fatturato (8,1% a parità di perimetro);
- l'EBIT (risultato operativo prima di oneri finanziari e imposte) è stato pari a 3 milioni di Euro (1,6 milioni a parità di perimetro). Si confronta con 1,3 milioni di Euro del primo trimestre 2010. L'incidenza sul fatturato passa dal 5,0% al 7,7% (6,1% a parità di perimetro);
- il risultato pre-tasse è pari a 2,7 milioni di Euro (1,2 milioni a parità di perimetro). Si confronta con 1,4 milioni di Euro nel 2010. L'incidenza sul fatturato è il 6,8%, contro il 5,3% del primo trimestre 2010 (4,7% a parità di perimetro);
- il risultato netto consolidato di Gruppo, dopo le tasse, è pari a 1,7 milioni di Euro (0,7 milioni a parità di perimetro). Si confronta con 1,1 milioni di Euro del primo trimestre 2010. L'incidenza percentuale passa dal 4,0% al 4,3% del fatturato (2,6% a parità di perimetro);
- l'indebitamento netto verso il sistema bancario è di 8,8 milioni di Euro e si confronta con una posizione finanziaria netta positiva per 0,5 milioni del primo trimestre dell'anno precedente, principalmente per effetto dell'acquisizione di Well;
- il patrimonio netto è passato da 56,1 del 31 marzo 2010 a 59,9 milioni di Euro.

2. Valutazione dei risultati

I risultati del primo trimestre sono stati ottenuti in un contesto di mercato con leggeri segnali di ripresa ed inoltre beneficiano del rilevante contributo della neo acquisita Well. Rispetto al corrispondente trimestre del 2010, sono influenzati dalla diversa programmazione degli investimenti pubblicitari e dal parziale slittamento delle consegne, soprattutto di alcune collezioni di corsetteria e mare, nel mese di aprile. Va considerato inoltre che i presenti risultati, così come quelli dell'esercizio appena chiuso, risentono dell'effetto degli oneri finanziari legati all'acquisizione di Well, e dell'esaurirsi del beneficio fiscale connesso alle perdite pregresse della Capogruppo.

Ciononostante i dati reddituali e di marginalità si mantengono su livelli soddisfacenti.

Il mercato in cui opera il Gruppo CSP è caratterizzato da fenomeni di marcata stagionalità, che comportano una disomogeneità nella distribuzione dei ricavi e dei relativi costi nei diversi mesi dell'anno con conseguenti effetti sui risultati di ciascun trimestre. In particolare, la fatturazione dei prodotti della stagione Primavera/Estate (che include anche il beachwear), è concentrata nei mesi di gennaio, febbraio e marzo. Il secondo trimestre, che precede l'estate, stagione pressoché priva di consumi di calzetteria, è caratterizzato da fatturati sensibilmente inferiori. Pertanto, è importante ricordare che il conto economico dei primi tre mesi non può essere considerato come quota proporzionale dell'intero esercizio.

3. Eventi successivi alla chiusura del trimestre ed evoluzione prevedibile della gestione

Il fatturato realizzato nel mese di aprile ha consentito di recuperare il leggero decremento registrato nel primo trimestre, a parità di perimetro, dovuto principalmente allo slittamento delle consegne di alcune collezioni di corsetteria e mare.

Occorre tuttavia segnalare che a partire dall'ultima settimana di marzo si sono registrate temperature superiori alle medie stagionali in alcuni paesi europei, che hanno inciso negativamente sulla rotazione dei prodotti nei punti vendita che probabilmente condizioneranno i riassortimenti dei mesi successivi.

L'attenzione del Gruppo è concentrata sull'integrazione della neo acquisita Well e sull'attento monitoraggio dell'evoluzione dei costi delle materie prime, che - anche se nelle ultime settimane ha fatto registrare un'inversione di tendenza - metterà sotto pressione la marginalità aziendale, unitamente ai maggiori oneri finanziari connessi al finanziamento della recente acquisizione.

Il Gruppo comunque, già dalla fine del 2010, ha identificato idonee azioni volte a contenere l'effetto di tali aumenti sul risultato aziendale e al contempo è intenzionato a proseguire l'impegno verso l'innovazione di prodotto e la promozione e comunicazione tesa a valorizzare i marchi propri.

Dichiarazione del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Arturo Tedoldi, Direttore Amministrativo e Finanziario, dichiara ai sensi del comma 2 dell'articolo 154-bis del Decreto legislativo del 24 febbraio 1998, n. 58 che l'informativa contabile contenuta nella presente relazione corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Disclaimer

Il documento può contenere dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari del Gruppo CSP. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischiosità ed incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. I risultati effettivi potranno discostarsi in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una molteplicità di fattori.

Deposito Resoconto

Si rende noto che il Resoconto intermedio consolidato di gestione al 31.03.2011 è stato depositato presso la sede sociale e presso la sede di Borsa Italiana S.p.A. per la consegna a chiunque ne faccia richiesta. Sarà inoltre disponibile entro oggi nella sezione IR del sito internet della Società : www.cspinternational.it.

Indicatori di risultato

Per facilitare la comprensione dei propri dati economici e patrimoniali, CSP utilizza alcuni indicatori ancora di larga diffusione, seppure non previsti dagli IAS/IFRS.

In particolare nel conto economico sono evidenziati questi indicatori/risultati intermedi: Margine industriale, Margine commerciale lordo, Risultato operativo (EBIT), derivanti dalla somma algebrica delle voci che li precedono. A livello patrimoniale considerazioni analoghe valgono per l'indebitamento finanziario netto. Le definizioni degli indicatori utilizzati dalla Società, in quanto non riconducibili ai principi contabili di riferimento, potrebbero non essere omogenee con quelle adottate da altre Società e non essere quindi comparabili.

GRUPPO CSP

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Attività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2011	31 marzo 2010	31 dicembre 2010
ATTIVITA' NON CORRENTI			
Attività immateriali:			
- Avviamento	11.416	11.416	11.416
- Altre attività immateriali	5.395	2.389	5.505
Attività materiali:			
- Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	21.257	17.371	21.672
Altre attività non correnti:			
Altre partecipazioni	8	8	8
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	45	46	47
Attività per imposte anticipate	7.844	3.312	8.331
Totale attività non correnti	45.965	34.542	46.979
ATTIVITA' CORRENTI			
Rimanenze di magazzino	37.219	24.180	38.226
Crediti commerciali	29.025	30.846	31.620
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	1.550	1.741	2.008
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	17.266	11.519	18.513
Totale attività correnti	85.060	68.286	90.367
TOTALE ATTIVITA'	131.025	102.828	137.346

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Passività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2011	31 marzo 2010	31 dicembre 2010
PATRIMONIO NETTO			
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:			
- Capitale sottoscritto e versato	17.295	17.295	17.295
- Altre riserve	40.255	37.163	35.537
- Riserve di rivalutazione	758	758	758
- Risultato del periodo	1.698	1.058	5.930
meno: Azioni proprie	(125)	(125)	(125)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	59.881	56.149	59.395
PASSIVITA' NON CORRENTI			
Debiti verso banche oltre 12 mesi	22.992	10.483	23.410
TFR e altri fondi relativi al personale	5.357	4.511	5.345
Fondi per rischi e oneri	2.524	1.842	2.459
Fondo imposte differite	3.705	2.225	3.822
Totale passività non correnti	34.578	19.061	35.036
PASSIVITA' CORRENTI			
Debiti verso banche entro 12 mesi	3.057	482	3.058
Debiti commerciali	21.664	20.836	29.641
Debiti vari e altre passività	10.813	5.920	9.685
Debiti per imposte correnti	1.032	380	531
Totale passività correnti	36.566	27.618	42.915
TOTALE PASSIVITA'	71.144	46.679	77.951
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	131.025	102.828	137.346

GRUPPO CSP

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	Trimestre al 31 marzo 2011		Trimestre al 31 marzo 2010		Esercizio al 31 dicembre 2010	
Ricavi	39.268	100,0%	26.307	100,0%	106.417	100,0%
Costo del venduto	(21.672)	-55,2%	(14.889)	-56,6%	(58.383)	-54,9%
Margine Industriale	17.596	44,8%	11.418	43,4%	48.034	45,1%
Spese dirette di vendita	(3.106)	-7,9%	(2.643)	-10,0%	(9.958)	-9,3%
Margine commerciale lordo	14.490	36,9%	8.775	33,4%	38.076	35,8%
Altri ricavi (spese) operativi	167	0,4%	187	0,7%	893	0,8%
Spese commerciali e amministrative	(11.620)	-29,6%	(7.653)	-29,1%	(32.346)	-30,4%
Risultato operativo (EBIT)	3.037	7,7%	1.309	5,0%	6.551	6,2%
Altri proventi (oneri) finanziari	(349)	-0,8%	73	0,2%	(404)	-0,4%
Risultato prima delle imposte	2.688	6,8%	1.382	5,2%	7.875	7,4%
Imposte sul reddito	(990)	-2,5%	(324)	-1,2%	(1.945)	-1,8%
Utile netto del Gruppo	1.698	4,3%	1.058	4,0%	5.930	5,6%

Risultato per azione - base	Euro	0,051	0,032	0,178
------------------------------------	-------------	--------------	--------------	--------------

Risultato per azione - diluito	Euro	0,051	0,032	0,178
---------------------------------------	-------------	--------------	--------------	--------------



CSP International Fashion Group

CSP International è stata fondata nel 1973 a Ceresara, (MN) nel distretto della calzetteria, dove si realizzano i 2/3 della produzione europea di calze. CSP International opera nella produzione e distribuzione di calze, collant, corsetteria, underwear, fashion e beachwear.

Il Gruppo ha realizzato nel 2010 un fatturato consolidato di 106,4 milioni di Euro, conta circa 700 dipendenti, in Italia e in Francia, e distribuisce i propri prodotti in 52 paesi del mondo. Oltre metà del fatturato è realizzato all'estero e quasi metà in merceologie diversificate, diverse dai collant.

I suoi marchi si rivolgono a diversi target del mercato:

- **Sanpellegrino:** il marchio storico, offre prodotti funzionali con il miglior rapporto qualità/prezzo;
- **Oroblù:** il marchio con la qualità e l'immagine più elevata, presente nei migliori Grandi Magazzini internazionali;
- **Le Bourget:** il marchio più prestigioso della calzetteria francese, specializzato sui trend modali;
- **Lepel:** marchio leader della corsetteria in Italia, offre comfort ed eleganza al prezzo più favorevole;
- **Liberti:** lo specialista di corsetteria e mare di gamma elevata;
- **Well:** il marchio più innovativo sul canale moderno francese.

Il Gruppo distribuisce anche marchi di terzi:

- **Puma:** calze sportive per l'Italia.

Di seguito, le tappe più significative nella vita recente del Gruppo CSP International:

- 1994** - Entrata nel mercato russo;
- 1995** - lancio del collant Brazil Effect – Shock Up;
- 1996** - pubblicità Sanpellegrino con Antonio Banderas e Valeria Mazza come testimonials;
- 1997** - quotazione al listino di Borsa Italiana;
- 1998** - costituzione di Sanpellegrino Polska, joint-venture paritetica (50%) con un partner polacco;
- 1999** - acquisizione del 100% di Le Bourget, terzo produttore di collant in Francia;
- avvio della diversificazione nell'intimo, con la tecnologia seamless;
- 2000** - acquisizione del 55% di Lepel, leader nel mercato della corsetteria;
- 2001** - acquisizione del restante 45% di Lepel;
- 2002** - fusione di Lepel per incorporazione in CSP International;
- 2003** - lancio dei collant cosmetici, con Sanpellegrino BioComplex L'Angelica e Oroblù BioAction Transvital;
- 2004** - diversificazione nel mercato dei costumi da bagno;
- 2005** - razionalizzazione produttiva interna per l'ottimizzazione del rapporto qualità/costi;
- 2006** - aumento di capitale e distribuzione di marchi di terzi con le collezioni Puma, Sergio Tacchini e Miss Sixty;
- 2007** - licenza Energie e nuova denominazione sociale CSP International Fashion Group;
- 2008** - acquisizione del marchio Liberti nel mercato della corsetteria di gamma elevata;
- 2009** - costituzione della filiale commerciale Oroblù USA LLC per le vendite al mercato americano e on line, con il sito www.oro blu.com
- 2010** - Acquisizione del Gruppo WELL (49,2 mln di Euro di fatturato, 20% di quota di mercato calzetteria in Francia)

CSP International Fashion Group ha la missione di innovare e produrre calze, collant, intimo, maglieria, bodywear e costumi da bagno, distribuendo le collezioni sia con marchi propri che con marchi di terzi.

Per ulteriori informazioni:

CSP International Fashion Group S.p.A.

Simone Ruffoni

Head of Investor Relations

Telefono: 0376-8101

info.investors@cspinternational.it

Il Comunicato è presente sul sito Internet www.cspinternational.it